

COTE : ISC 2728

TITRE : Plan de communication

CREDITS : 3 cr.

SESSION : Hiver 2010

PROFESSEUR(E) : René Laprise

DESCRIPTION	<p>Le cours <i>Plan de communication</i> vise à habiliter l'étudiant à mieux comprendre la démarche entourant l'élaboration d'un plan de communication en lui faisant voir les différentes composantes d'un plan, de l'hypothèse de recherche jusqu'à la rédaction et la présentation concrète d'un plan de communication pour un organisme de son choix.</p>
OBJECTIFS	<ol style="list-style-type: none">1. Comprendre le positionnement des communications dans toutes organisations, communautaires, civiles ou institutionnelles.2. Discerner comment une organisation doit se positionner pour mieux communiquer.3. Actualiser les axes de communication d'une organisation en fonction de sa mission.4. Proposer une stratégie de communication en fonction des résultats de l'hypothèse de recherche et de la problématique.5. Développer la capacité d'analyse des communications organisationnelles d'une grande, moyenne ou petite organisation.
CHARGE DE TRAVAIL	<p><i>Travail individuel ou par équipe de deux</i> Élaboration d'un plan de communication.</p> <p><i>Présentation orale</i> L'étudiant présentera en classe le fruit de sa recherche avec le groupe ou l'organisme choisi.</p>
ÉVALUATION	<ol style="list-style-type: none">1. Premier travail 15%2. Présentation en classe 10%3. Plan de communication 40%4. Participation 10%5. Examen final 25%
TEXTES OBLIGATOIRES	<p>DAGENAIS, Bernard, <i>Le plan de communication: l'art de séduire ou de convaincre les autres</i>, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 1998.</p>
TEXTES RECOMMANDÉS	<p>DAGENAIS, Bernard, <i>Le communiqué, ou l'art de faire parler de soi</i>, VLB éditeur, 1990, 166 p.</p>

McQUAIL, Denis and WINDAHL, Sven, *Communication Models*, Longman, 1981, 110 p.

MARCHESSAULT, Guy, *Médias et foi chrétienne, Deux univers à concilier*, FIDES, 2002, 183 p.

Communication : information, médias, théories, pratiques. Cette revue est publiée par le Département d'information et communication de l'Université Laval. Vol. 7 No 2, Vol. 9 No 2, Vol. 10 No 1, Vol. 11 No 1 et 2, Vol. 13 No 1 et 2.